

Résumé des principes **ABCDs** fondamentaux



Les principes ABCD fondamentaux sont à la base des annonces exceptionnelles :

A

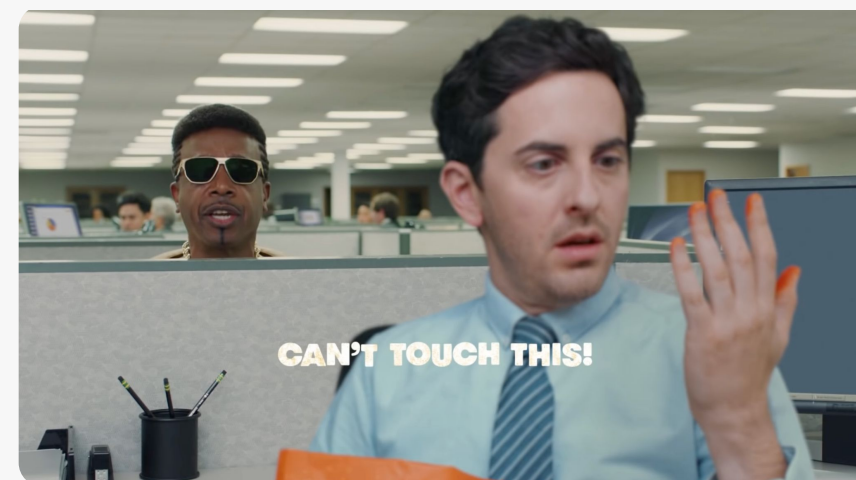
Attention (Attention)

Captez et retenez l'attention au moyen d'une histoire immersive.

Ne perdez pas de temps : entrez dans le vif du sujet plus rapidement, et adoptez un rythme captivant et un cadrage ciblé afin d'attirer les spectateurs.

Appuyez l'histoire à l'aide d'éléments audio et de surimpressions : renforcez votre message à l'aide d'éléments audio et textuels. Évitez d'utiliser des éléments concurrentiels.

Adoptez des éléments visuels éclatants et à contraste élevé : assurez-vous que les éléments visuels sont optimisés pour tous les appareils.



B

Branding (Stratégie de marque)

Présentez votre marque tôt, abondamment et souvent.

Présentez-vous tôt et restez visible : présentez votre marque ou votre produit dès le début et restez visible.

Renforcez votre message à l'aide d'éléments audio : des mentions de la marque durant la narration optimisent l'effet des éléments visuels de la marque à l'écran (voir et entendre).

Tirez parti de tous vos éléments de marque : utilisez une grande variété d'éléments de marque pour communiquer votre message et atteindre votre objectif.



C

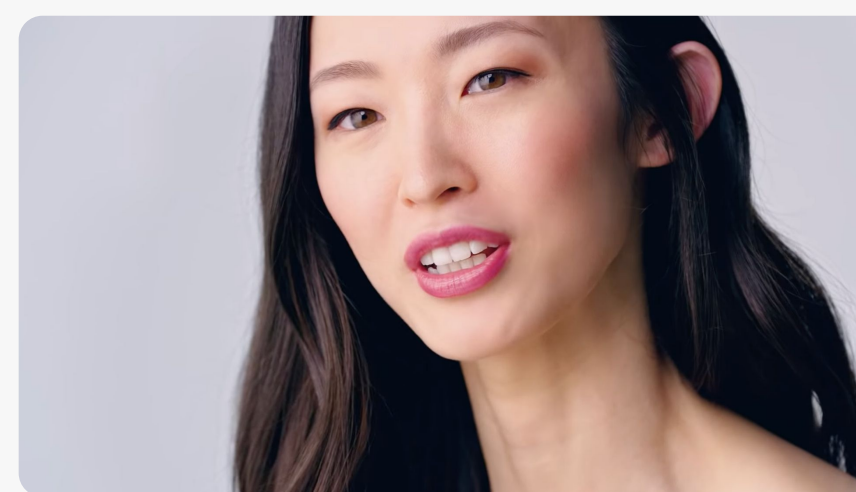
Connection (Relations)

Aidez les gens à considérer ou à ressentir quelque chose.

Humanisez l'histoire : mettre des personnes en vedette peut vous aider à mieux présenter votre produit et à tisser des liens avec votre consommateur.

Ciblez le message : évitez tout excès dans votre annonce. Adoptez un message et un langage simple et ciblé.

Soyez intéressant : cherchez à éveiller des émotions, et optez pour des techniques narratives telles que l'humour, l'effet de surprise et l'intrigue.



D

Direction (Orientation)

Demandez aux gens d'effectuer une action.

Ajoutez un appel à l'action : adoptez une approche délibérée et ajoutez un appel à l'action visant un objectif précis. Énoncez ce que vous souhaitez que fassent les spectateurs.

Optimisez vos appels à l'action en y ajoutant des éléments audio : renforcez votre appel à l'action à l'écran en y ajoutant une narration hors champ pour assurer la clarté de la prochaine étape.

